

INDAGINE SULLA CORRELAZIONE  
TRA TURISMO E VINO

# DOVE VA E COSA ATTRAIE

*il turista  
enogastronomico*

>> **Antonio Seccia, Fabio Gaetano Santeramo,  
Gianluca Nardone**

La produzione vitivinicola, diffusa in ogni regione italiana, riveste particolare importanza dal punto di vista economico, territoriale, storico, sociale, culturale e paesaggistico, e vanta una notevole competitività internazionale (Seccia *et al.*, 2015). Alcune regioni hanno una reputazione superiore rispetto ad altre in virtù sia dei maggiori volumi di produzione sia della consolidata tradizione di alta qualità. La coltivazione della vite ha contribuito a creare una straordinaria diversità di paesaggi rurali italiani e alla produzione di una molteplicità di vini che si differenziano per terroir, caratteristiche sensoriali, aspetti storici e culturali.

## ENOTURISMO

Le specificità della produzione vitivinicola hanno contribuito ad attivare la domanda da parte di un segmento di turisti definiti come turisti del vino: si è affermato un flusso di visitatori verso rinomati territori vinicoli italiani, con il fine di visitare vigneti e cantine

nei contesti paesaggistici, culturali, storici e sociali di cui sono espressione.

Per soddisfare tale domanda sono state attivate numerose iniziative, sia a livello nazionale sia regionale, che promuovono viaggi nelle aree vinicole e visite alle cantine, con degustazione di vino e prodotti alimentari. Tali iniziative sono promosse da organizzazioni sia italiane (Città del vino e Movimento turismo del vino) sia europee (Assemblea europea delle regioni vinicole europee - Arev e Rete europea delle città del vino).

Un importante progetto italiano riguarda le 154 Strade del vino, disciplinate dalla legge nazionale n. 268/1999, coinvolgendo quasi 1.450 città, più di 400 denominazioni e 3.300 aziende agricole. Quasi tutte sono dotate di sito web, ma con differenti livelli di fruibilità ed efficacia, per cui solo il 15% dei siti può essere considerato ben organizzato (Censis servizi, 2013).

L'enoturismo è una componente del più ampio settore turistico, basilare per il sistema economico italiano,

*Il crescente interesse per il mondo del vino ha dato il via a un turismo di settore che incide sull'economia locale e sul reddito delle cantine. Per capire meglio la correlazione tra turismo e vino è stato condotto uno studio volto a capire cosa influenza i flussi turistici*

che svolge un ruolo più rilevante in alcune regioni rispetto ad altre; ciò è in parte spiegato dall'attrattiva esercitata dalle principali città d'arte e dalle più famose località balneari.

Pertanto, ci sono turisti che, pur non considerando le visite alle cantine come motivazione principale nella scelta delle destinazioni, valutano l'opportunità di degustare vini, visitare cantine e apprezzare paesaggi vitati come una delle determinanti per la scelta fra diverse destinazioni di viaggio.

## ANALISI DEI MOVIMENTI TURISTICI

Sulla base delle suddette premesse e considerando il crescente interesse a investigare le possibili relazioni tra il settore vitivinicolo e quello turistico, è stato condotto uno studio volto a esaminare i rapporti sinergici tra i due settori in Italia.

In particolare, l'analisi ha riguardato la correlazione tra i flussi di turismo domestico che interessano le regioni italiane e alcune variabili, fra cui quelle relative alle caratteristiche della produzione e della promozione vitivinicola, con l'obiettivo di valutare

## VARIABILI CONSIDERATE NELL'INDAGINE E LORO INFLUENZA NEI MOVIMENTI TURISTICI

Variabili	Effetto
Distanza dalla destinazione	Negativo
Posizionamento della cantina in Sicilia o Sardegna	Positivo
Reddito procapite della regione di provenienza dei turisti	Positivo
Reddito procapite della regione di destinazione dei turisti	Nullo
Produzione totale di vino della regione di destinazione	Nullo
Numero di vini dop della regione di destinazione	Positivo
Numero di vini igp della regione di destinazione	Negativo
Numero di altri prodotti alimentari dop della regione di destinazione	Positivo
Numero di altri prodotti alimentari igp della regione di destinazione	Negativo
Numero di cantine della regione di destinazione presenti nelle principali guide enologiche	Negativo
Numero di cantine della regione di destinazione partecipanti a «Cantine aperte»	Positivo

se, e con quale peso, tali determinanti influenzino la scelta delle destinazioni. A tal fine è stata adottata una metodologia econometrica consolidata in letteratura per gli studi sui fenomeni migratori e sul turismo. Tenuto conto della necessità di fare riferimento alla medesima serie storica per i dati considerati e dell'eterogeneità delle variabili, l'analisi è stata riferita al periodo di cinque anni dal 2008 al 2012, con riferimento a fonti Istat, Ismea e Movimento turismo del vino.

Il modello econometrico permette di spiegare come il numero di arrivi di visitatori italiani in regioni diverse da quella di residenza sia influenzato da determinanti quali, ad esempio, la distanza fra i capoluoghi di regione (proxy dei costi e dei tempi di viaggio), il reddito procapite della regione di provenienza dei turisti (proxy del potere di acquisto) e il reddito procapite della regione di destinazione (proxy dell'offerta di strutture ricetti-



Sempre più turisti scelgono la loro meta valutando l'opportunità di degustare vini e visitare cantine

ve). Inoltre, il modello considera variabili relative alla regione di destinazione così da caratterizzarne la rilevanza del settore vinicolo, le produzioni di qualità, le attività promozionali nonché le produzioni tipiche di altri prodotti alimentari: produzione totale di vino, numero di vini dop e igp, numero di altri prodotti alimentari con certificazione dop e igp, numero di cantine presenti nelle principali guide enologiche e numero di cantine aderenti all'iniziativa «Cantine aperte».

### FATTORI CHE INFLUENZANO I FLUSSI TURISTICI

I risultati ottenuti evidenziano che, come prevedibile, la distanza fra regione di origine e quella di destinazione è correlata negativamente con i flussi, eccezion fatta

per le due isole (Sicilia e Sardegna), che vantano un notevole potere di attrazione turistica.

Il reddito procapite della regione di origine dei turisti è un fattore determinante nella scelta della regione di destinazione, prova di quanto sia importante il potere di acquisto dei turisti.

La produzione vinicola, in termini quantitativi, della regione di destinazione non influisce su flussi interregionali, mentre il numero di prodotti con certificazione di qualità dop, sia per il vino sia per altri prodotti alimentari, incide in maniera positiva sugli arrivi di turisti. Al contrario, le certificazioni igp non determinano una corre-

lazione positiva. In questo caso è evidente il maggiore potere di attrazione esercitato dai vini doc e docg rispetto agli igp. Per quanto riguarda l'attività promozionale, la numerosità di imprese vinicole nelle principali guide enogastronomiche non risulta essere un fattore determinante per la scelta della regione di destinazione mentre, al contrario, la partecipazione delle imprese alla manifestazione annuale «Cantine aperte» esprime una correlazione positiva.

### PROMUOVERE IL VINO PER INCENTIVARE L'ECONOMIA LOCALE

In conclusione, emerge che il settore vitivinicolo può contribuire in maniera rilevante al turismo domestico in Italia, potendo agire come driver nelle scelte anche dei turisti non direttamente interessati al vino.

Le implicazioni di politica economica sembrano di grande importanza: al fine di favorire lo sviluppo dell'economia regionale, le istituzioni e gli attori politici potrebbero sfruttare le sinergie tra i settori del turismo e del vino sostenendo gli sforzi per promuovere sia il territorio sia i vini d'eccellenza, in considerazione del significativo impatto sul turismo, puntando su iniziative catalizzatrici dei flussi turistici come le manifestazioni enogastronomiche realizzate presso le aree di produzione.

**Antonio Seccia**

Dipartimento di studi umanistici  
Università di Foggia

**Fabio Gaetano Santeramo**

**Gianluca Nardone**

Dipartimento di scienze agrarie  
degli alimenti e dell'ambiente  
Università di Foggia

*Questo articolo è corredato di bibliografia/contenuti extra. Gli abbonati potranno scaricare il contenuto completo dalla Banca Dati Articoli in formato PDF su:  
[www.informatoreagrario.it/bdo](http://www.informatoreagrario.it/bdo)*

# Dove va e cosa attrae il turista enogastronomico

## BIBLIOGRAFIA

Censis servizi (2013) - XI Rapporto annuale osservatorio sul turismo del vino.

Ismea (2018) - Scheda di Settore. Vino.

Santeramo F.G., Seccia A., Nardone G. (2017) - The synergies of the Italian wine and tourism sectors. *Wine Economics and Policy*, 6(1): 71-74.

Seccia A., Santeramo F.G., Nardone G. (2015) - Trade competitiveness in table grapes: a global view. *Outlook on Agriculture*, 44(2): 127-134.



[www.viteevino.it](http://www.viteevino.it)



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.